



「医薬品マーケティングビジョン2025」を  
核としたマーケティング戦略のご提案  
(病院対策、GE対策)

# 弊社理念とサービス指針

- イニシアは「医療の質向上をサポートし、より良い医療が提供できる社会づくりに貢献します。」を会社理念としております。
- サービス指針として、製薬企業様には「医薬品マーケティングビジョン2025」を提唱する中で、医療現場目線で見えた戦略構築を提言、具体的な支援サービスもご提供しております。

# 「医薬品マーケティングビジョン2025」とは？

- 高齢化のピークを迎える2025年に向け、様々な社会保障費、医療費適正化への施策がとられることを想定した、新たな医薬品のマーケティングプランとして提言しています。
- 「医薬品マーケティングビジョン2025」は以下の3つの戦略から成り立ちます。
  - Product Out戦略
  - Market In戦略
  - LLP(Long Listed Products:長期収載品)＋GE戦略

# 「医薬品マーケティングビジョン2025」の3戦略

## ■ Product Out戦略

- これまでの製薬企業による製品情報提供中心の戦略。当然情報提供が中心であることは変わらないが、他の戦略との組み合わせが必要な環境となってきた。
- 接待規制、訪問規制、GE拡大などがその要因である。

## ■ Market In戦略

- ターゲット先の情報をまず把握し、関心事・ニーズ・課題等を引き出した上で提案を行っていき、ターゲットとの接触を強化する手法。
- 新薬として発売後、情報提供が一巡してマーケットがプラトーに近づいた時点以降で実行することにより、効果が期待できる。
- 「地域医療貢献」、「街作り」ほか、自社弱点エリアの克服にも活用できる。

## ■ LLP+GE戦略

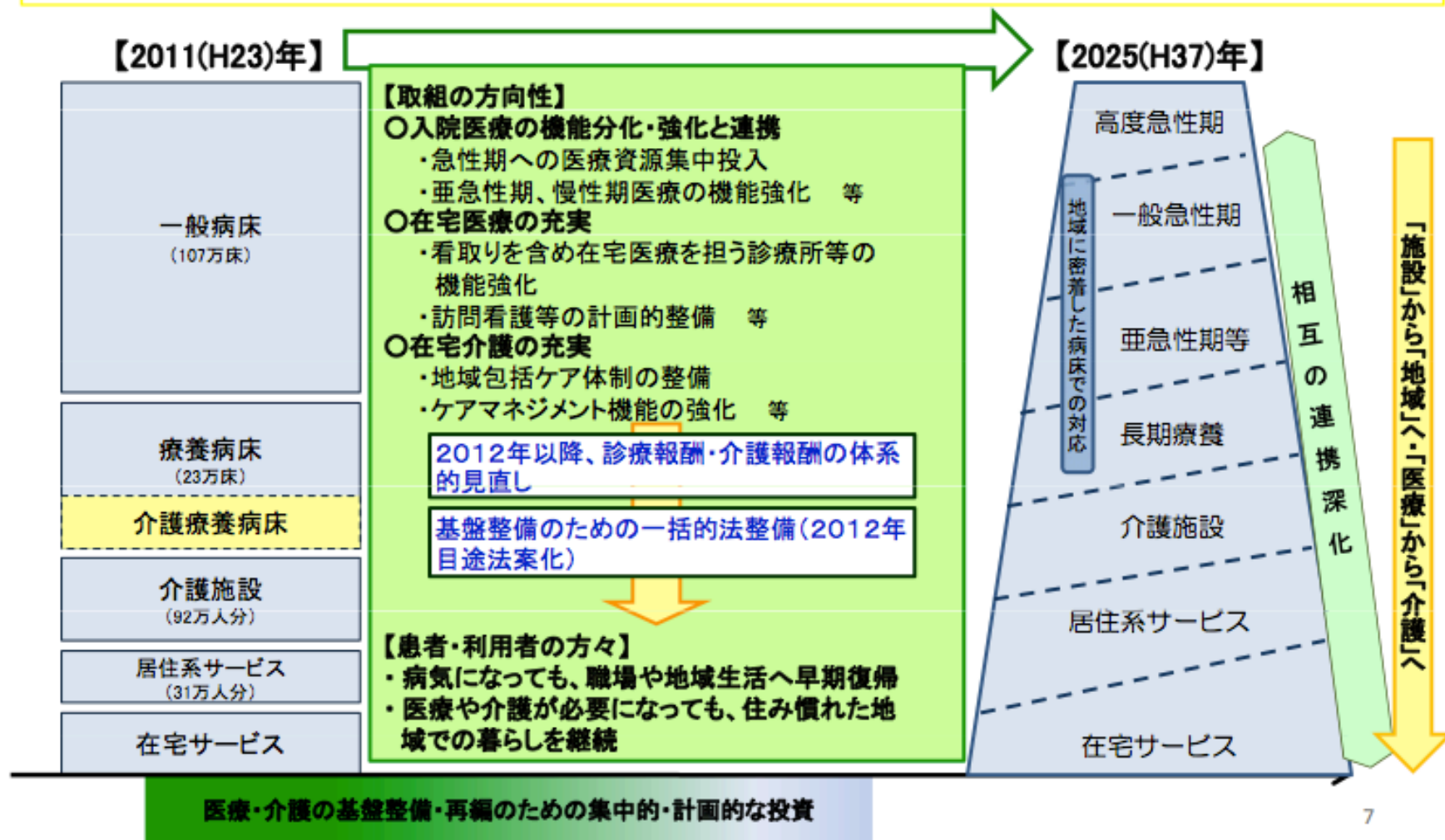
- 増加する長期収載品について、Life Cycle Managementを実施
- GEについてターゲットのセグメントを行った上で実効あるプランを実施。

# Market In戦略

- 大病院・専門病院、中小病院対策
- グループ病院対策

## 将来像に向けての医療・介護機能再編の方向性イメージ

- 患者ニーズに応じた病院・病床機能の役割分担や、医療機関間、医療と介護の間の連携強化を通じて、より効果的・効率的な医療・介護サービス提供体制を構築。



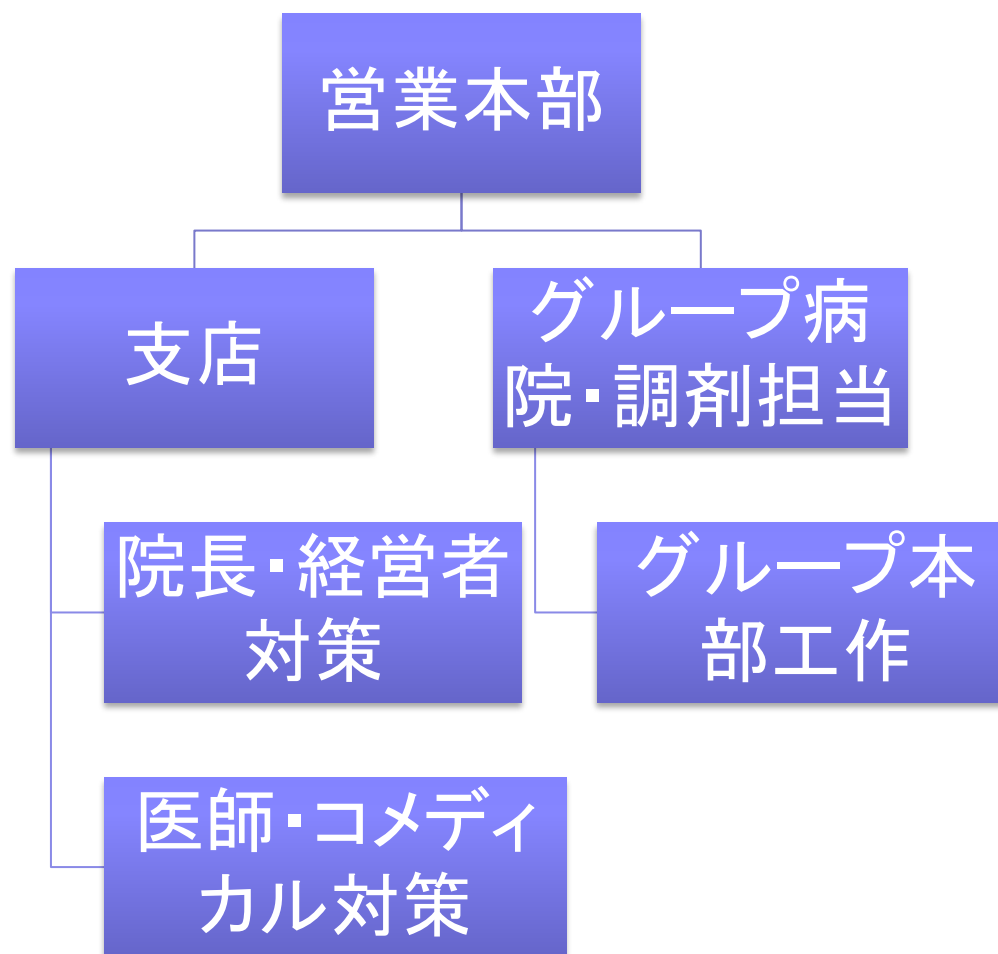
# 大病院・専門病院、中小病院対策のポイント

- 院長対策
- 薬剤部対策
- 地域連携、高齢者対策
- 職員対策

## グループ病院対策のポイント

- グループ病院、グループ調剤は、「法人営業」的な位置づけで本社流通部門が担当している企業が多い。
- 価格の問題はさておき、グループ病院を含む地域の基幹病院については、接待規制後の対策を考えておかなければならない。
- 重要となるのが病院経営層へのコンタクト。
- 経営者対策を支店、営業所単位で行っていかねば新たな展開が見いだせなくなっている。
- 現場での活動が、グループ病院対策とも連動する。

# グループ病院対策の概要



# 支店における対策

- 弊社コンサルタントが直接貴社支店・営業所を訪問し、下記内容のサポートを行うものです。
  - エリアは、貴社にて弱点と認識されている病院、地域を選定
  - 1エリアについて3回程度訪問し、サポート
- ゴールとして、所長、MRがこれまでにないアプローチ方法を理解、実践し、採用、処方増など成果に結びつけることを目指します。

# LLP (Long Listed Products:長期収載品) + GE戦略

## ■ 病院対策

- マーケットイン戦略の応用
- 病院薬剤師

## ■ 保険薬局対策

- 大手チェーン
- 中小チェーン、個店
- 1人勤務薬剤師